

PRESENTACIÓN

La inteligencia competitiva, como disciplina encargada de la captura de información y su análisis para la toma de decisiones en las organizaciones, parece haberse introducido con fuerza en los últimos años en el mundo de la gestión de las organizaciones. En España esta terminología comienza a sonar cada vez más en cursos, seminarios, publicaciones o consultoras especializadas.

Sin embargo aunque nos enfrentamos a un vocabulario que podemos considerar novedoso, el conocimiento del entorno como una realidad externa que hay que conocer para la toma de decisiones ha sido materia de preocupación desde siempre. En España, a finales del siglo XVIII, Gallard, el editor de *El Correo Mercantil y sus Indias*, publicación que comienza el 1 de octubre de 1792, nos indicaba en su presentación que los comerciantes que alcanzaban un mayor éxito en sus empresas eran aquellos que conocían lo que ocurría a su alrededor y, por ello, les recomendaba tener en cuenta: los temporales, las cosechas, el aumento y disminución de consumos, la abundancia o escasez de frutos en los pueblos, sus variaciones en gustos, sus diferentes tratos y alianzas, sus providencias económicas, sus empresas mercantiles, su progreso en las artes. Lo que nos da cumplida cuenta de que las publicaciones periódicas han sido pioneras como fuentes de información y también herramientas para la toma de decisiones.

Junto a los recursos humanos, los recursos materiales y los recursos financieros, la información se ha convertido desde hace décadas en un recurso más en la gestión de las organizaciones. En un mundo globalizado la necesidad de disponer de información reduce la incertidumbre y sirve además de manera extraordinaria para tomar decisiones que eliminan muchos riesgos inherentes tanto en la planificación diaria como en la estratégica.

También es necesario resaltar que aunque tradicionalmente se haya hablado de información tecnológica y de vigilancia tecnológica como conceptos prioritarios en inteligencia en las empresas, el conocimiento de la información en toda su complejidad hace que el concepto de vigilancia tecnológica se supere completamente. Y es que la información para la empresa se conforma de cualquier dato o información susceptible de utilizarse para una eventual toma de decisiones, lo que incluye la solvencia

de las empresas, la reputación de los dirigentes de las compañías, los productos, la situación de un mercado, la opinión de los clientes, la situación de un entorno (político, económico o social), las normativas que nos regulan, las ayudas que ofrece el sector público, las oportunidades comerciales, etcétera.

Existe abundantísima información, no en vano vivimos en la era de la información, y sin embargo en España muchos estudios orientados a conocer los problemas de los gestores y empresarios reflejan los problemas de los mismos para conseguirla. Esta contradicción, fuentes y recursos de información de todo tipo, por un lado, y carencia de información en los empresarios, por otro, refleja un grave problema de desconocimiento que una obra como la que se presenta pretende ayudar a solventar, o al menos a intentarlo.

Es por tanto este libro una obra enfocada a gestores de empresas, pero también destinada a estudiantes y profesionales que quieran adentrarse en este apasionante mundo de la inteligencia desde la perspectiva de las fuentes. En el ciclo de inteligencia después de la planificación aparece la recogida de información.

A la vez que manual de recursos de información, puede considerarse como una obra que recoge la historia de la información empresarial. El lector podrá conocer cómo en muchos casos se describe el nacimiento y evolución de los organismos proveedores, es decir, el nacimiento y evolución de las fuentes.

Este libro se estructura en siete capítulos y dos anexos.

El primer capítulo contextualiza el ciclo de vida de la información, realiza una aproximación conceptual a la inteligencia competitiva y señala como objetivo de la inteligencia a los entornos externos a la empresa (los entornos externos inmediato y remoto que tradicionalmente han sido tratados en la literatura sobre gestión empresarial).

El capítulo segundo estructura los tipos informativos que pueden ser susceptibles de interesar a un gestor en el proceso de toma de decisiones; también se señalan las clasificaciones más conocidas y utilizadas en el mundo de la empresa; y se menciona la norma UNE 166006:2011, sobre vigilancia tecnológica e inteligencia competitiva. Los tipos informativos se han organizado en función de las necesidades que un gestor puede encontrar en su práctica diaria: *a*) información sobre empresas, cargos directivos y productos; *b*) información sobre la situación económica, sobre la situación política, social y cultural, sobre el contexto tecnológico; *c*) información sobre el sistema financiero; *d*) sobre oportunidades para las empresas; *e*) sobre sectores y mercados; *f*) información sobre propiedad industrial y resultados de investigación; *g*) normativas, y *h*) la información que emana de los medios de comunicación.

Los tres capítulos siguientes (3, 4 y 5) conforman una relación de organismos, públicos y privados de España. El capítulo tres incluye a organismos de la Administración del Estado, a los servicios europeos presentes en España, al sistema público de I+D+i a través de las universidades y OPI, a los organismos de soporte a la I+D+i, entidades de normalización y certificación, mercados financieros y organismos reguladores y supervisores.

En lo referente al capítulo tres, es necesario dejar muy claro que nos encontramos ante una selección de organismos, los que se han considerado más representativos.

A diferencia de la era preinternet, en la que el catálogo de las entidades dedicadas a ofrecer información para la empresa era muy reducido, la época actual presenta un catálogo muy variado de fuentes públicas de potencial interés para la toma de decisiones en las organizaciones. Podríamos dedicar un apartado a cada ministerio e incluso a cada secretaría o subsecretaría de Estado, dirección general y, por supuesto, a los organismos públicos, ya sean autónomos, entidades públicas empresariales o agencias estatales. Pensemos en la facilidad para acceder ahora a los datos del Plan Estadístico Nacional, o en los numerosos informes que genera la AGE y que están disponibles en sus sitios web. Por esta razón se ha colocado en el anexo II el índice de operaciones estadísticas por sector o tema, con el convencimiento de que esta información, que afecta al conjunto de la AGE, permite representar una parte de esa información de interés que se encarga de producir cada ministerio.

En lo que respecta a la AGE se ha hecho en buena medida realidad lo que ya en 1998 nos decía el *Libro verde sobre la información en el sector público en la Sociedad de la Información*, cuando destacaba que uno de los problemas de la información pública no era su volumen, sino su accesibilidad, y al expresar que de lo que se trataba no era de que los Estados miembros produjesen más información, sino de que la información que ya estaba disponible fuera más clara y accesible. Ciertamente en España la ley 11/2007, de Acceso Electrónico de los Ciudadanos a los Servicios Públicos, ha obligado a las administraciones públicas a ofrecer de manera telemática la información y los servicios que antes se podían ofrecer solo de manera presencial, lo que ha convertido a todas las administraciones públicas en potenciales proveedores de información para la toma de decisiones en la empresa a través de sus sitios web. Las políticas de calidad aplicadas al sector público han conseguido que parte de esa información que se guardaba en los cajones haya salido a la luz. Este avance queda demostrado por la evidente facilidad en volcar contenidos en los sitios web que antes había que distribuir de forma impresa. Boletines, informes y publicaciones de todo tipo se distribuyen ahora por Internet.

El capítulo cuatro está dedicado al asociacionismo empresarial y de consumidores en España. Dos caras de una misma moneda. El capítulo cinco recoge al sector privado español. Ese sector que ha conformado una industria de la información, a veces desconocida. Es un intento de demostrar cómo el panorama empresarial español dedicado a las labores de venta de información y consultoría es más complejo de lo que podría pensarse. No es un capítulo exhaustivo del conjunto de compañías españolas, pero sí una aproximación que describe las más representativas de los distintos subsectores, como la información comercial, sectorial, etcétera, intentando servir de base a una futura historia de la información para la empresa en España.

El capítulo seis se estructura en tres partes. La primera implica a los grandes grupos empresariales o empresas que existen en el mundo dedicados a la producción de información económica o empresarial. Aquí sucede lo mismo que en el capítulo anterior, ya que aunque no están todos sí creemos que es una selección muy representativa. El enorme dinamismo de este sector que se ha transformado radicalmente en las últimas décadas, hace que la información que se recoge en el perfil de cada compañía o grupo

deba tomarse con las debidas precauciones en función de la fecha en la que el lector tenga en sus manos este trabajo. Si bien lo que es seguro es que refleja la evolución de esas grandes empresas que han conformado buena parte de la industria de la información electrónica hasta la fecha de publicación de esta obra. La segunda parte es un catálogo de organismos internacionales, y como tales, generadores de abundante información. Y finalmente, la última parte describe a otros organismos y entidades de interés, como las agencias de calificación de deuda, los organismos de normalización o de codificación.

Finalmente, si el capítulo dos describe las principales tipologías informativas que pueden servir de utilidad a una empresa, el capítulo siete incluye una selección de recursos informativos que hay que completar con la consulta del anexo I, una amplia selección de recursos de información, y con el anexo II, que incluye las operaciones estadísticas del Plan Estadístico Nacional por sectores o temas.

El lector también debe saber que este manual no en una obra enciclopédica, pero sí tiene vocación de actualización y de ampliación de contenidos que espera vean la luz en forma de revisiones y nuevas ediciones, en las que intentará cubrir los posibles huecos de cada ámbito. También debe saber que la información de las fuentes se distribuye mayoritariamente a través de Internet.

Por otra parte se ha intentado, en la medida de lo posible, colocar las direcciones de los sitios web de los organismos o recursos que se citan. Puede ocurrir que encontremos que el acceso a alguno de esos sitios aparezca como error, enlace roto o simplemente haya cambiado la información de un directorio a otro. Los que llevamos muchos años conectados a las redes sabemos de la volatilidad de las direcciones, de los cambios de directorios, pero también sabemos que si ocurre alguno de estos problemas la solución se encuentra en los buscadores, y todos conocemos lo poco que se tarda en localizar el sitio o página web con, por ejemplo, Google.

Quiero, finalmente, agradecer desde aquí la ayuda prestada por las personas que amablemente me han suministrado información: Javier Álvarez Hernando, Idurre Apraiz de Tecnalía, Borja Campos de Central de Análisis de Balances, S. A., Carlos Encinas de Enterprise Europe Network Galactea-Plus, Brenda Fernández Cornejo del Departamento de Estudios y Análisis de Gestión de la CECA, Pablo Luis García Cabezudo de Inforinvest, Felipe García Magaz de Iberinform Internacional, Rafael Marín Rueda del Centro de Cooperación Interbancaria, Monserrat Pellitero Martínez del Ministerio de Agricultura, José Navío de Asepic, David Pérez Vicente de Bureau Van Dijk, Olga Quirós de la Asociación Multisectorial de la Información (Asedie), Domingo Ribeiro Soriano, profesor de la Universidad de Valencia, y Blanca Vila del Departamento de Patentes e Información Tecnológica de la OEPM.

También a aquellos que han revisado el libro y han realizado sus aportaciones y críticas, como la profesora Celia Chaín Navarro, catedrática de Documentación de la Universidad de Murcia, Pedro Hípola, de la Universidad de Granada, María José Tena, de la Universidad de Extremadura y Eliana Bejumedá, directora de Infoline y experta en inteligencia competitiva de Acciona.